



Lexware Abonnements: Ein lohnendes Geschäft für Reseller

Der Reseller aus Hösbach, der mit dem Claim „Die Lizenzkönner“ wirbt, hat 400 Marken gelistet, ist Spezialist für Microsoft sowie Lexware Partner. „Lexware rundet unser Portfolio ab und ist als Marktführer wichtig für unsere Außendarstellung“, erklärt Steffen Hartmann, Leiter Distribution und Einkauf.

Ihre Lexware-Kunden gewinnt die SFC GmbH über die eigene Homepage, den Newsletter, der über 14.000 Adressen erreicht, oder die Lexware Händlerwebseite. Auch in der herstellerneutralen Kundenberatung wird Lexware verkauft. „Wir hören dem Kunden zu und wollen wissen, wo seine Pain Points liegen“, sagt Hartmann. „Viele kleine Unternehmen schreiben zum Beispiel ihre Rechnungen noch mit Excel. Das erschwert das Leben unnötig. Dann schlagen die Kollegen ‚Lexware faktura+auftrag‘ vor.“

Regelmäßige Folgegeschäfte mit Extra-Service

Vor allem zielt die SFC GmbH auf den Verkauf von Abo-Lizenzen. „Wir verkaufen nur noch selten Boxen, haben aber rund 135 Lexware-Abokunden“, erzählt der Vertriebsleiter. Immer gegen Jahresende beliefern die Lizenzkönner diese

Kunden mit der neuen Programmversion. So entstehen Umsätze von allein. Doch Hartmann sieht mehr Vorteile: „Zum einen haben wir Informationen über die Kunden, denn beim Verkauf einer Box wissen wir nichts über den Zeitpunkt der Installation oder den Bezug von Updates. Doch noch wichtiger ist: Beim Abo bekommen wir unterjährig noch einmal Kontakt zum Kunden.“ Denn es geht der SFC um faire und verlässliche Betreuung über den Kauf hinaus. Alle Produkte mit fester Laufzeit pflegt sie im Renewal Management. Sechs Wochen vor Auslaufen erhält der Kunde eine Erinnerung. „Wir schreiben: ‚Sie müssen nichts tun, Ihr Lexware-Produkt verlängert sich automatisch‘.“ So kann der Kunde eine ungewollte Lizenzverlängerung vermeiden. Zudem wird abgefragt, ob das Produkt noch passt, was Chancen auf Upselling eröffnet. „Auch unsere Lexware-Kunden lieben uns für diesen Service“, sagt Hartmann.

Das Verkaufsargument: Rechtlich auf der sicheren Seite

Cross-Selling spielt ebenfalls eine Rolle. „Lexware-Produkte kaufen typischerweise die kleinen Unternehmen, vom Einzelunternehmer bis 25 Mitarbeiter“, erläutert Hartmann. „Wenn diese Kunden

im Abo-Bereich angekommen sind, sind sie genauso potenzielle Kunden für zum Beispiel Office 365.“

Er sieht das Lexware Abo-Geschäft im Aufwind, trotz der Krise. „Wenn Themen wie Mehrwertsteuersenkung oder Lohnabrechnung kommen, merken die Kunden, wie wichtig eine aktuelle Software für die Buchhaltung oder Gehaltsabrechnung ist.“ Daran erinnert die SFC ihre Kunden regelmäßig, streut News des Herstellers auf der Webseite oder im Newsletter. Die Botschaft, die mitschwingt: Mit einem Lexware-Abonnement ist der Kunde sorgenfrei.

Partner-Portrait

Die SFC Software for Companies GmbH ist ein Spezialist für Hard- und Software, Software-Asset-Management und Consulting. Vom Hauptstandort Hösbach bei Frankfurt/M. und fünf Regionalbüros aus betreuen 33 Mitarbeiter Kunden in ganz Deutschland, darunter Systemhäuser, Systemhausketten, IT-Dienstleister und Unternehmen. Lexware ist seit der Firmengründung 1999 fester Bestandteil des Portfolios. Seit 2016 ist die SFC GmbH Lexware Partner.

<http://www.sfc-software.de>
